

### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

##### **A. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di *outlet Zara Mall Tunjungan Plaza* yang berada di Jalan Basuki Rahmat Surabaya. Sesuai dengan judul penelitian ini maka penelitian hanya dilakukan di dalam toko Zara dikarenakan tempat tersebut selalu ramai dan konsumen dari segala macam usia membeli pakaian ditempat tersebut sehingga lokasi ini tepat dijadikan lokasi penelitian.

##### **B. Jenis Penelitian**

Berdasarkan tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini, yaitu untuk mendeskripsikan peristiwa-peristiwa yang ada yang masih terjadi hingga saat ini peneliti menggunakan jenis penelitian deskriptif menggunakan metode survey dan dilakukan secara kuantitatif. Sugiyono (2016) menyatakan bahwa metode survey adalah metode penelitian yang digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah bukan buatan, tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalkan dengan mengedarkan angket/kuisisioner.

### C. Definisi Operasional Variabel

Suatu konsep digambarkan dalam definisi konseptual tentu tidak dapat diobservasi atau diukur gejalanya dilapangan. Untuk dapat diobservasi dan diukur maka suatu konsep didefinisikan secara operasional. Definisi operasional dimaksud untuk memberikan rujukan-rujukan empiris apa saja yang dapat ditemukan untuk menggambarkan secara tepat konsep yang dimaksud sehingga konsep tersebut dapat diukur.

Devinisi operasional adalah penentuan kontrak atau sifat yang akan dipelajari sehingga menjadi variabel yang dapat diukur, Menurut Sugiyono (2012). Definisi operasional menjelaskan cara tertentu yang digunakan untuk meneliti dan mengoperasikan kontrak, sehingga memungkinkan bagi peneliti yang lain untuk melakukan replikasi pengukuran dengan cara yang sama atau mengembangkan cara pengukuran kontrak yang lebih baik. Adapun definisi operasional variabel pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### 1. Gaya Hidup Hedonis

Gaya hidup hedonis merupakan perilaku yang saat ini dirasakan oleh kebanyakan masyarakat. Perilaku yang hanya mengutamakan kesenangan tanpa memikirkan konsekuensi negatif. Perilaku hedonis memiliki sikap konsumtif terhadap produk branded, oleh

karena itu perilaku hedonis menjadi salah satu faktor penyebab pembelian tidak direncanakan. Dengan indikator sebagai berikut :

- a) Merasa bangga pada saat membeli atau memakai pakaian Zara
- b) Membeli pakaian melebihi jumlah yang dibutuhkan
- c) Sebagai objek yang dapat dipamerkan di *social media*

## 2. Keterlibatan *Fashion*

Keterlibatan *fashion* adalah ketertarikan seseorang terhadap objek yang berupa *fashion* atau pakaian. Banyak yang menilai kepribadian dan identitas seseorang terlihat dari apa yang dipakainya. Zara adalah brand asal Eropa yang terkenal karena desainnya *stylish* dan *wearable* (mudah digunakan). Keterlibatan *fashion* menjadi salah satu faktor penyebab terjadinya perilaku pembelian impulsif, berikut indikatornya :

- a) Mempunyai satu atau lebih item model terbaru dengan merek Zara
- b) Merasa percaya diri pada saat memakai produk Zara karena memiliki perbedaan dengan brand lainnya.
- c) Merasa menjadi lebih menarik dengan menggunakan produk merek Zara sehingga memiliki konsumsi yang berlebihan.

## 3. Pembelian Impulsif

Bentuk tindakan keputusan pembelian yang tidak direncanakan. Keputusan pembelian dilakukan sebagai hasil dari suatu pertimbangan atau niat membeli pada saat berada di dalam toko.

Berikut indikator pembelian impulsif yang dilakukan pada saat berada di dalam toko Zara:

- a) Membeli dalam jumlah yang banyak dikarenakan ada promosi
- b) Membeli karena teringat rekomendasi seorang teman yang telah menggunakan produk Zara atau direkomendasikan oleh pramuniaga
- c) Merasa ingin memanjakan diri sehingga ingin merubah penampilan
- d) Kondisi emosional sedang tidak stabil sehingga menimbulkan keputusan yang tidak melalui pertimbangan

#### **D. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel**

##### **1. Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012). Berdasarkan pengertian tersebut, populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah dan sedang membeli produk Zara.

##### **2. Teknik Pengambilan Sampel**

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2016). Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, penulis menggunakan *Probability Sampling* dengan teknik pengambilan sampel *Cluster Random Area*.

Dalam penelitian ini pengambilan sampel dilakukan pada dua area yaitu pada area *display product* dan area *checkout* atau kasir. Menurut Fraenkel dan Wallen dalam Widayat (2004) menyarankan, besar sampel minimum untuk penelitian bersifat deskriptif adalah sebanyak 100 responden. Sampel yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 150 responden yang pernah dan sedang membeli produk Zara. Hal ini dirasa cukup karena ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai 500 (Sugiyono, 2016).

#### **E. Pengukuran Variabel**

Alat pengukuran pada penelitian ini akan digunakan untuk memperoleh data dari elemen-elemen yang akan diselidiki. Dalam penelitian ini alat pengukuran yang dimaksud adalah daftar penyusunan pertanyaan atau kuisioner. Setiap item dari kuisioner tersebut merupakan pertanyaan positif yang diberikan skor 1 sampai 5 yang telah peneliti sediakan.

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan skala *likert*.

Menurut Sugiyono (2013) skala *likert* yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Jawaban dari setiap instrument yang

menggunakan skala *likert* mempunyai gradiasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang berupa kata-kata kemudian diberikan skor.

Skala *likert* pada penelitian ini menggunakan 5 jenjang yang terdiri dari sangat setuju sampai sangat tidak setuju. Pembobotan skala *likert* dapat dilihat berdasarkan tabel 3.2

**Tabel 3.1 Skala *Likert***

Jawaban	Nilai
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Sumber : Sugiyono, 2013

## **F. Sumber Pengumpulan Data**

Data karakteristik responden dan data jawaban atas pertanyaan mengenai gaya hidup hedonis dan keterlibatan fashion terhadap pembelian impulsif

## **G. Teknik Pengumpulan Data**

### **1. Kuisioner**

Kuisioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2014). Teknik ini

dilakukan dengan menyebarkan kuisioner di *outlet* Zara Tunjungan Plaza Surabaya.

## 2. Observasi

Supardi (2006) Metode observasi merupakan metode pengumpul data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat secara sistematis gejala-gejala yang diselidiki. Teknik ini dilakukan dengan mengamati tingkah laku konsumen Zara yang sedang melakukan proses pembelian.

## H. Uji Instrumen Penelitian

Angket penelitian harus diuji terlebih dahulu sebelum digunakan dalam penelitian. Uji instrument dilakukan untuk mengetahui apakah instrument yang disusun benar-benar merupakan hasil yang akurat. Uji instrument dalam penelitian ini adalah :

### 1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang dilakukan untuk menunjukkan ketepatan derajat antara data yang terdapat di lapangan dengan data yang dilaporkan peneliti (Lupiyoadi & Ikhsan, 2015). Kuisioner dikatakan valid jika mengukur apa yang seharusnya diukur dengan butir-butir pertanyaan yang mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur. Adapun rumus yang digunakan untuk mencari nilai korelasi adalah korelasi *Pearson Product Moment* yang dirumuskan sebagai berikut

$$r_{xy} = \frac{n\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n\sum X^2 - (\sum X)^2][n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Sumber : Lupiyoadi & Ikhsan (2015)

Keterangan :

$r_{xy}$	=	Koefisien korelasi antara butir dengan jumlah skor
X	=	Skor butir
Y	=	Jumlah skor
n	=	Banyaknya sampel

Untuk perhitungannya ini menggunakan bantuan SPSS. Kriteria pengujiannya adalah jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dan  $\alpha$  5% maka dapat dinyatakan bahwa data tersebut valid.

## 2. Uji Reabilitas

Reliabilitas merupakan suatu indikator yang dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data (Lupiyoadi & Ikhsan, 2015).

Uji reliabilitas dilakukan untuk menunjukkan konsistensi hasil pengukuran yang sama meskipun dilakukan pada waktu yang berbeda.

Dalam penelitian ini menggunakan metode rumus *Alpha Cronbach* sebagai berikut.

$$R = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Sumber : Lupiyoadi & Ikhsan (2015)

Keterangan:

R	=	Indeks reliabilitas
K	=	Banyaknya butir pertanyaan
$\sum \sigma_b^2$	=	Jumlah varians butir
$\sigma_t^2$	=	Varians total

Kriteria pengujiannya adalah apabila nilai reliabilitas instrumen diatas 0,6 maka terdapat data yang reliabel.



## I. Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan analisis regresi linier berganda, terdapat syarat yang harus dipenuhi yaitu melakukan uji asumsi klasik. Model regresi harus bebas dari asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolinearitas yang diuraikan sebagai berikut :

### 1. Uji Normalitas

Ghozali (2013) menyatakan bahwa uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Dapat diartikan, uji normalitas dilakukan untuk dapat mengetahui sampel yang diambil normal atau tidak dengan menguji sebaran data yang dianalisis. Alat uji yang digunakan untuk melihat normalitas data dalam penelitian ini, yaitu Uji *Kolmogrov Smirnov*, yaitu pengujian dengan melihat dari hasil angka probabilitasnya. Jika nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05 maka data tersebut tidak berdistribusi normal, dan jika probabilitas lebih besar dari 0,05 maka data tersebut berdistribusi normal.

### 2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji terjadi atau tidak terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain dalam model regresi Ghozali (2013). Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homosekedastisitas, dan jika berbeda heteroskedastisitas. Model regresi dikatakan baik apabila tidak menghasilkan varians yang

tidak tetap atau heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan grafik *scatterplot* untuk menguji ada atau tidaknya heteroskedastisitas. Apabila grafik yang ditunjukkan dengan titik-titik membentuk suatu pola tertentu yang beraturan (bergelombang) melebar kemudian menyempit, maka telah terjadi heteroskedastisitas dan apabila polanya acak tersebar baik dibawah atau diatas 0 ada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

### 3. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen (Ghozali, 2013). Model regresi yang baik adalah model yang antar variabel independennya tidak terjadi korelasi. Cara untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antar variabel (multikolinearitas) atau tidak yaitu dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Kedua ukuran ini dapat menunjukkan setiap variabel manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jika nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 atau sama dengan nilai VIF kurang dari 10, artinya tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi.

### 4. Uji Linieritas

Uji linieritas merupakan uji yang dilakukan untuk melihat apakah model regresi dapat didekati dengan persamaan linier. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier apabila nilai signifikan  $<0,05$

## 5. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk melihat apakah ada hubungan linier antara *error* serangkaian observasi yang diurutkan menurut waktu. Untuk melihat ada tidaknya gejala autokorelasi digunakan Uji Durbin-Watson.

## J. Teknik Analis Data

### 1. Rentang Skala

Menurut Umar (2000) kriteria penentuan kecenderungan jawaban responden ditentukan berdasarkan rata-rata nilai jawaban yang dihitung menggunakan rentang skala. Adapun rumus rentang skala sebagai berikut.

$$RS = \frac{n(m-1)}{m}$$

Keterangan :

RS = Rentang Skala  
 n = jumlah sampel  
 m = jumlah alternatif jawaban tiap item.

Berdasarkan rumus rentang skala tersebut maka dapat diperoleh perhitungan sebagai berikut.

$$RS = \frac{150(5-1)}{5} = 120$$

Data yang diperoleh kemudian diolah melalui penilaian dari setiap pernyataan jawaban responden setelah itu hasil tersebut

dikelompokkan untuk diambil kesimpulan masing-masing variabel berdasarkan jawaban responden pada tabel 3.3.

**Tabel 3.2 Rentang Skala**

Rentang Skala	Gaya Hidup Hedonis	Keterlibatan Fshion	Pembelian Impulsif
150 - 269	Sangat Rendah	Sangat Rendah	Sangat Rendah
270 - 389	Rendah	Rendah	Rendah
390 - 509	Cukup	Cukup	Cukup
510 - 629	Tinggi	Tinggi	Tinggi
630 - 750	Sangat Tinggi	Sangat Tinggi	Sangat Tinggi

## 2. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan teknik analisis yang umum digunakan dalam menganalisis yang umum digunakan menganalisis hubungan dan pengaruh satu variabel terikat dengan dua atau lebih variabel bebas. Teknik analisis regresi linier berganda dapat dihitung dengan menggunakan rumus :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Sumber : Sugiyono (2015)

Keterangan :

Y = Pembelian Impulsif

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

e = Variabel pengganggu (*error*)

X<sub>1</sub> = Gaya Hidup Hedonis

$X_2 =$  Keterlibatan Fashion

## K. Uji Hipotesis

### 1. Uji t

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individu dalam menerangkan variabel dependen. Pengujian ini bermaksud untuk menguji pengaruh variabel (gaya hidup hedonis dan keterlibatan *fashion*) secara individu terhadap variabel dependen (pembelian impulsif). Kriteria pengujian dengan tingkat signifikan ( $\alpha$ ) = 0,05.

### 2. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel-variabel independen mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Pengujian ini bermaksud menguji pengaruh variabel independen (gaya hidup hedonis dan keterlibatan *fashion*) terhadap variabel dependen (pembelian impulsif) secara bersama-sama.

- a) Hipotesis yang diuji harus dapat memenuhi syarat signifikansi 0,05. Perhitungan untuk uji F ini dengan membandingkan nilai F tabel dan F hitung. Kriteria signifikansi yaitu 0,05.
- b) Apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , artinya variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen.

### 3. Uji Variabel Dominan

Ghozali (2013) Pengujian variabel independen yang dominan mempengaruhi variabel dependen. Pengujian variabel independen

yang dominan mempengaruhi variabel dependen dalam suatu model regresi linier berganda menggunakan koefisien beta (*standartized coefficients*). Uji variabel dominan ditentukan dengan melihat nilai koefisien regresi, jika nilai koefisien regresi variabel gaya hidup hedonis lebih besar dari nilai koefisien variabel keterlibatan *fashion* maka hipotesis di terima. Adapun kriteria pengujian sebagai berikut:

- a) Jika Koefisien regresi Gaya Hidup Hedonis ( $X_1$ ) > dari nilai t hitung Keterlibatan *Fashion* ( $X_2$ ) maka Hipotesis diterima.
- b) Jika Koefisien regresi Gaya Hidup Hedonis ( $X_1$ ) < dari nilai t hitung Keterlibatan *Fashion* ( $X_2$ ) maka Hipotesis ditolak.

